



Gemensamma steg för minskat klimatavtryck

Resultat och lärdomar från
kampanjen Klimatlätt Uppsala



Innehåll



3 Förord

4 Kampanjen Klimatlätt Uppsala

5 Samarbete

6 Palett av lösningar

7 Inspiration och information

8 Erbjudanden och lösningar från samarbetspartners

9 Kunskap och feedback med klimatappen Svalna

10 Engagemang och delaktighet med Klimatstegstävlingar

13 Digital kampanj

15 Resultat och erfarenheter

16 Utvärdering

17 Slutsatser

18 Väg framåt

18 Förbättra konceptet för Klimatstegstävlingar

18 Vidareutveckla kampanj till allmänheten

19 Rikta satsningar mot stadsdelar eller tätorter

Förord



FRÅN DE SENASTE 15 åren finns många exempel på satsningar vars syfte varit att inspirera och informera om klimat- och miljövänliga livsstilar. De flesta har enbart omfattat ett fåtal personer eller familjer och har varit personal- och resurskrävande. Vår avsikt har varit att ta fasta på de goda erfarenheterna och samtidigt hitta kostnadseffektiva metoder som når ut till, och engagerar, en större skara människor. Metoder som använder både digitalisering och social interaktion. I den här broschyren berättar vi kort om vårt försök, och de erfarenheter vi fått med oss.

Vår avsikt med broschyren är att inspirera fler aktörer att ta vid, och bygga vidare. Det finns också enklare beskrivningar med hur enskilda företag och föreningar kan göra egna satsningar i form av Klimatstegstävlingar. Mer information finns på [Klimatlätt Uppsalas webbplats](#).

Vi ser en spännande utveckling av olika klimatappar. Både de som täcker alla livets aspekter och de som riktar in sig på vissa hållbara livsstilar. Vi ser också allt fler företag som beräknar klimatpåverkan på produktnivå för att ge sina kunder möjlighet

till klimatmedvetna val – den utvecklingen välkomnar vi. Olika klimatkalkylatorer har olika starka och svaga sidor. Den här projekt-satsningen har utvecklat klimatkalkylatorn Svalna. Fler olika kalkylatorer ger fler möjligheter i framtiden.

En satsning som denna måste pågå under flera år för att få genomslag och nå den kritiska massa som krävs för att engagemanget ska leva kvar och spridas av sig själv. Projektiden för Klimatlätt Uppsala var mycket kort och utvecklingen av klimatappen Svalna tog längre tid än väntat. Det gjorde att kampanjen inte kunde få full fart förrän när endast ett halvår av projektiden kvarstod.

Med de resultat och erfarenheter vi fått från projektet tror vi det finns stor potential i både arbetssätt och metoder. De samarbetande organisationerna avser därför att se på möjligheten att fortsätta och vidareutveckla samarbetet och kampanjen Klimatlätt. Vi välkomnar särskilt privata företag från alla branscher. Vi tycker även det vore roligt om fler kommuner, ville "stjäla" namnet och konceptet. Kanske kan vi på sikt bilda "Klimatlätt Sverige".

Klimatlätt's styrgrupp, Uppsala våren 2020

Kampanjen Klimatlätt Uppsala



MÄNSKLIGHETEN STÅR INFÖR en stor utmaning. Vi lever över planetens gränser. Om alla levde som vi i Sverige skulle det behövas fyra planeter. Det behövs alltså en förändring och vi kan alla vara med och bidra positivt i omställningen.

Klimatlätt Uppsala har varit en samarbetskampanj mellan tio olika aktörer som vill underlätta för alla som bor och verkar i Uppsala län att leva mer hållbart. Tanken bakom kampanj var att det blir lättare att leva hållbart om vi gör det till en rolig och gemensam utmaning. På så vis kan vi peppa, stötta och inspirera varandra att göra mer hållbara val i vardagen.

Kampanjen bygger vidare på erfarenheter från det FN-prisvinnande pilotprojektet Klimaträtt. I projektet fick boende i ett Uppsalahems hyreshus i 2015 testa hur mycket de kunde sänka sina personliga klimatavtryck genom att få tillgång till klimatsmarta lösningar, kunskap och inspiration.

Ambitionen med Klimatlätt har varit att spinna vidare på Klimaträtt, men skala upp det för att nå ut till fler människor. För att få det att hända har Klimatlätt vänt sig till allmänheten via sociala medier och event och till redan befintliga grupper såsom företag, föreningar och studentorganisationer via ett koncept vi kallar Klimatstegstävlingar. Tävlingskonceptet är ett konkret och roligt sätt för företag och organisationer att engagera sina medarbetare i att göra mer hållbara val i vardagen.

Kampanjen finansieras av samarbetspartnerna och det strategiska innovationsprogrammet Viable Cities.

Unik app ger ditt faktiska klimatavtryck

En central del av kampanjen har varit att erbjuda boende och verksamma i Uppsala län ökad kunskap om sitt eget personliga klimatavtryck. Detta har kunnat genomföras med klimatappen Svalna som utvecklats inom projektet. Svalna är unik bland klimatappar eftersom den beräknar klimatavtrycket från en persons faktiska inköp. Det görs om personen väljer att ansluta sitt bankkonto eller bankkort till Svalna. Svalna-appen har en funktion som underlättar för en grupp människor att engagera sig tillsammans, sätta ett gemensamt klimatmål, jämföra sina resultat och utmana varandra att leva mer hållbart. Appen erbjuder även en tävlingsplattform för företag och organisationer som går med i konceptet Klimatstegstävlingar.

Frågan vi ställde oss var:

Hur kan vi utveckla metoder för att underlätta för många av de som bor och verkar i Uppsala län att gemensamt engagera sig för att minska sina klimatutsläpp?

För mer information

Klimaträtt

www.uppsalahem.se/klimatratt

Klimatlätt

www.klimatlatt.se/om-klimatlatt

Samarbete



UNDER HÖSTEN 2017 gick Chalmers tekniska högskola, Uppsala kommun, Uppsalahem, Svalna AB, Göteborgs universitet, Sensus, Studieförbundet, Svenska kyrkan och Region Uppsala samman för att gemensamt driva kampanjen Klimatlätt Uppsala.

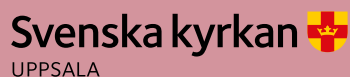
Det har inneburit nya samarbetsmöjligheter, och en helt ny plattform att samlas kring för att tillsammans kommunicera om hållbara livsstilar mot invånarna i Uppsala län. Samarbetspartnerna organiserade sig gemensamt för att underlätta för invånarna,

vilket gjorde det lättare att hitta synergier. Samarbetet har även gett ny kunskap och lärdomar kring att mobilisera och engagera allmänheten.

En förutsättning för ett effektivt samarbete visade sig vara en tydlig kommunikation om vilka förväntningar som fanns på varandra, och vilka möjligheter organisationerna hade att arbeta med projektet. Genom ett tydligt ramverk skapas bättre villkor för att driva en gemensam kampanj.

Initiativtagare till kampanjen Klimatlätt

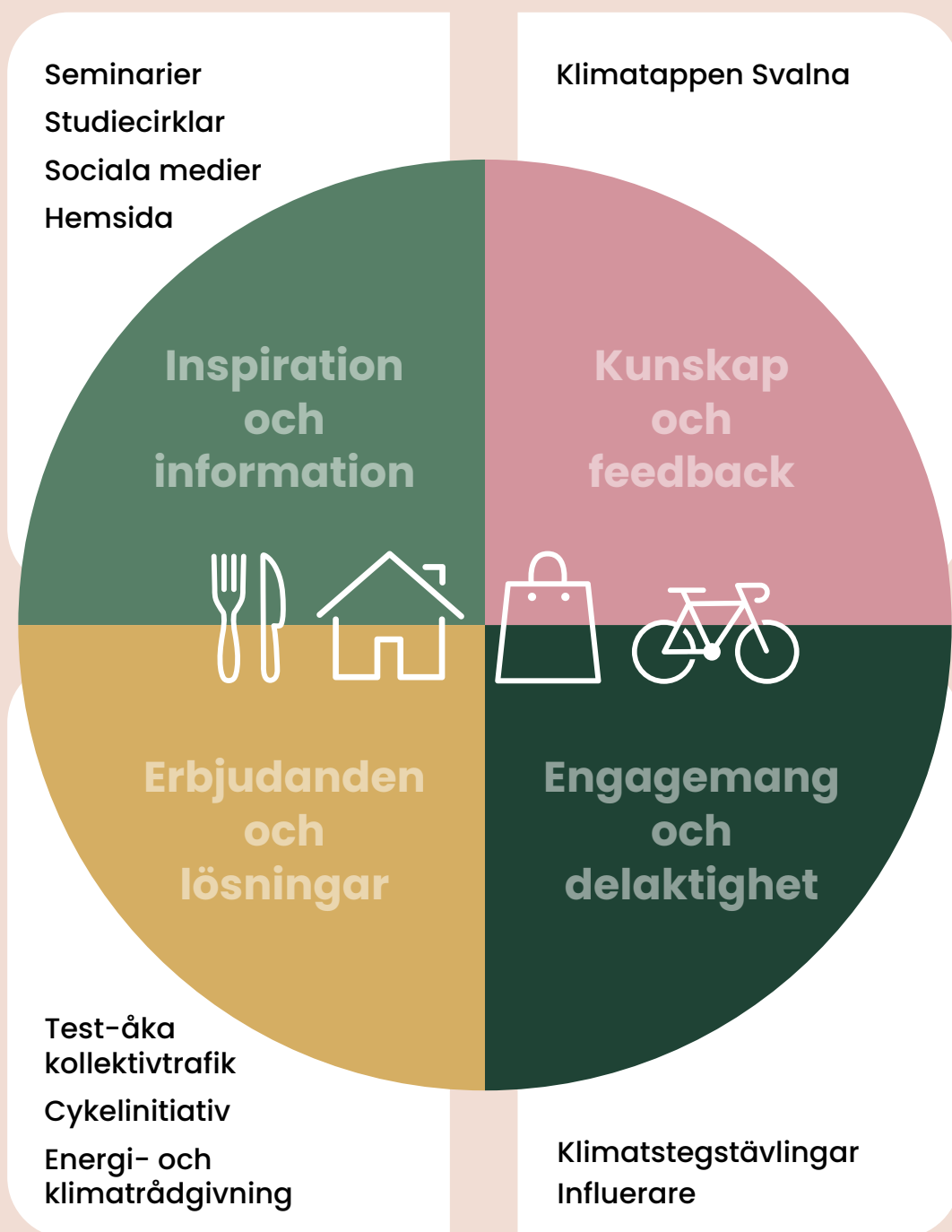
CHALMERS



Palett av lösningar

Kampanjen Klimatlätt Uppsala har utgjort en bred palett av lösningar för att underlätta hållbara val i Uppsala län. Via event, sociala medier och hemsida har kampanjen och

samarbetspartnerna erbjudit invånarna inspiration, digitala verktyg och erbjudanden som visat att det är enkelt att göra hållbara val.





Inspiration och information

Att leva mer hållbart kan kännas krångligt. Därför var det viktigt att informera människor om enkla förändringar i vardagen. Under kampanjen anordnades ett antal interaktiva event på ämnet hållbara livsstilar för att skapa dialog om förändringar som kan göras inom mat, boende, shopping och resor. I samband med eventen bjöds experter in för att diskutera med deltagarna, och svara på frågor. Projektets samarbetspartners anordnade dessutom egna event som en del av Klimatlätt Uppsala. Ett exempel är Uppsalahem som erbjöd sina hyresgäster att delta i en fokusgrupp. På olika tematräffar fick hyresgästerna kunskap och inspiration för att kunna minska sin klimatpåverkan.

Sociala medier hade en viktig roll i att sprida Klimatlätt budskap och fungerade som en länk till allmänheten. Genom Klimatlätt Facebook, Instagram, LinkedIn, hemsida och samarbetspartners kanaler kunde invånarna peppas till att ta lätta steg för klimatet, få tips och råd kring smarta val samt information om aktiviteter i Uppsala län. Med hjälp av Klimatlätt egna kanaler skapades en känsla av gemenskap – tillsammans gör vi skillnad!

På Uppsalahem fokusgruppsträff med tema konsumtion inspirerade Röda korset med en snygg dukning av återanvända saker





Erbjudanden och lösningar från samarbetspartners

Som en viktig del av samarbetet erbjud samarbetspartnerna tjänster och lösningar som underlättar steget mot att leva mer hållbart.

- Uppsala kommun genomförde flera olika projekt och kampanjer som uppmuntrar Uppsalaborna att resa hållbart, med stort fokus på att välja cykel framför bil.
- Region Uppsala har, via Upplands Länstrafik, genom kampanjer till länsinvånarna uppmuntrat ett ökat resande med kollektivtrafik.
- Energi- och klimatrådgivarna i Uppsala län har via korta filmer i kommunernas kanaler uppmuntrat länsborna till hållbara resor samt erbjudit rådgivning kring energieffektivisering och förnybar energi till hushåll, föreningar och företag i länet.
- Sensus studieförbund har tagit fram ett studiematerial för Klimatlätt och tillsammans med Studieförbundet erbjudit stöd för den som vill starta en studiecirkel om hållbara livsstilar. De har även ordnat föreläsningar med hållbarhetstema.
- Uppsalahem har bland annat erbjudit sina hyresgäster gratis bord för att sälja saker på loppis.



Energi- och klimatrådgivarna erbjuder kostnadsfri och opartisk rådgivning om energieffektivisering och förnybar energi till hushåll, föreningar och företag i Uppsala län.



Kollektivtrafiken har, via Region Uppsala, erbjudit länsborna gratis resor till bokade vårdbesök.



Uppsala kommun har erbjudit tävlingen Klimatkampen till föreningar för barn och ungdomar i åldern 10–16 år. De har uppmuntrats att gå, cykla, ta bussen eller samåka till fritidsaktiviteten.



Kunskap och feedback med klimatappen Svalna

En central del av projektet var att utveckla klimatappen Svalna. Appen beräknar det personliga klimatavtrycket utifrån faktisk konsumtion, genom att användaren ansluter sin bank till appen. Svalna-appen kategoriserar inköpen och räknar ut klimatpåverkan från de olika inköpen. På så sätt kan du se vad din nyinköpta jacka kostar klimatet. Svalna-appen använder också andra datakällor, exempelvis energideklarationer från Boverket och information från fordonsregistret för att öka datakvaliteten.

I Svalna-appen finns en gruppfunktion som gör det möjligt för vänner, kollegor och föreningsmedlemmar att sätta ett gemensamt klimatmål att sträva mot, och utmana varandra att minska sitt klimatavtryck. Alla i Uppsala län som laddat ned Svalna-appen har hamnat i gruppen Klimatlätt Uppsala men har även möjlighet att gå med i, och skapa, andra grupper.



Svalna-appen beräknar användarens klimatavtryck och anger fördelningen mellan mat, boende, shopping och resor. Det går också att följa hur klimatavtrycket förändras över tid.



I Svalna-appen finns möjlighet att skapa grupper där användarna kan sträva mot ett gemensamt klimatmål, jämföra sitt klimatavtryck med resten av gruppen och utmana varandra att minska klimatavtrycket.



Engagemang och delaktighet med Klimatstegstävlingar

Klimatlätt Uppsala har utvecklat konceptet Klimatstegstävlingar som ger företag och organisationer möjlighet att engagera och utmana sina medarbetare i att göra mer hållbara val i sin vardag. Företaget sätter då ett gemensamt klimatmål att sträva mot. Deltagarna delas in i lag och tävlar sedan om vilket lag som lyckats minska klimatavtrycket mest.

Läs mer om Klimatstegstävlingar på www.klimatlatt.se/klimatstegstavling

Klimatstegstävlingar ger förståelse för mängden utsläpp från olika delar i den privata konsumtionen, vilket kan kopplas till de val som görs i arbetet. På så sätt kan medarbetarna göra smartare val även i sina yrkesroller.

Inom projektet genomfördes två varianter av Klimatstegstävlingar, en på arbetsplatser och en för studenter. På arbetsplatserna deltog var femte medarbetare i tävlingen och i snitt lyckades deltagarna minska sitt klimatavtryck med 12 % under två månader. En av de deltagande arbetsplatserna var Svenska Kyrkan Uppsala pastorat.




Ca 50 medarbetare i Svenska kyrkan Uppsala pastorat har deltagit i en Klimatstegstävling där de delats in i lag och tävlat i att minska sina klimatavtryck.

TIPS! Kombinera gärna tävlingen med interna satsningar, såsom:

- Ordna en workshop om hur ni kan minska utsläppen från er organisation.
- Uppmuntra medarbetarna till hållbara resor, både till och från arbetet och i tjänsten.
- Skaffa en resepolicy om ni inte redan har en.



Klimatstegstävling med hjälp av appen Svalna är ett enkelt och roligt sätt att börja prata klimatpåverkan med kollegor och vänner och ta steg för att minska den.

Svenska kyrkan 
UPPSALA

CLAES HEDSTRÖM

Präst och miljösamordnare,
Svenska kyrkan Uppsala





*Svalna ger snabbt
en känsla för vilka
vardagsval som ger
mest effekt för att
minska klimatpåverkan.*

LISA HENNINGSSON

Hållbarhetsstrateg, Bjerking



Digital kampanj



FÖR ATT NÅ UT med kampanjen till allmänheten genomfördes flera samarbeten med tre lokala influerare med hållbarhetsprofil i sociala medier. Dels genom att influerarna tipsade om Klimatlätt Uppsala och Svalna-appen i sina egna kanaler. Dels genom korta sponsrade filmklipp, med Klimatlätt som avsändare.

I filmklippen visade influerarna hur Svalna-appen fungerar och gav tips på hållbara val i vardagen. Samarbetet med de etablerade profilerna bidrog till att öka intresset för kampanjen och till att nå en större publik.



Den Uppsalabaserade influeraren Therese Zätterqvist gjorde ett inslag om hemester i samarbete med Klimatlätt på sitt Instagram-konto.



Influerarna Vegansk matlåda medverkade bland annat i Klimatlätt's matevent "Hur fixar vi klimatet med maten?" som de även marknadsförde i sina egna kanaler.



Klipp från filmer.

Resultat och erfarenheter



KLIMATLÄTT VISAR att det finns mycket att vinna på att genomföra samarbetskampanjer när allmänheten ska engageras. Med ett forum för samarbete och en plattform som lyfter hållbarhetsinitiativ finns stor potential för framgång. Men att samordna många partners har sina svårigheter. Det kräver att alla inblandade skapar en gemensam bild av vilka förväntningar som finns, och hur man kan hjälpa varandra i ett tidigt skede.

Med en digital kampanj finns potential att nå många. Totalt uppskattas att över 170 000 personer i Uppsala län fått upp kampanjen i sitt flöde, varav ca 4 600 personer (3 %) har valt att ladda ned Svalna-appen. Framförallt är det kvinnor i åldern 18–34 år som intresserat sig för kampanjen, vilket antas bero på att influerarna också tillhör den målgruppen.

I de Klimatstegstävlingar som genomförts på arbetsplatser har cirka 20 % av medarbetarna valt att delta i tävlingen. Och där är deltagarnas kön och ålder mer spridda. Med en gemensam utmaning motiveras alltså fler att minska sina klimatavtryck. Slutsatsen är att det verkar vara framgångsrikt att engagera redan befintliga grupper.

Svalna-användarna i Uppsala län har i genomsnitt minskat sitt klimatavtryck med 2 %, men förändringen är inte statistiskt säkerställd då användare i gruppen både ökat och minskat sina utsläpp under perioden. Bland de som deltagit i en Klimatstegstävling är resultaten mer slående och även statistiskt säkerställda. Deltagarna har i snitt minskat sitt klimatavtryck med 12%. Konceptet Klimatstegstävling verkar alltså i högre grad uppmuntra till minskad klimatpåverkan än att individuellt använda Svalna-appen, vilket också är i linje med forskning på området.

Utvärdering



FÖR ATT UTVÄRDERA kampanjens samarbetsform har samtliga samarbetspartners intervjuats om förväntningar, upplevelser och erfarenheter av kampanjens alla delar. Utvärderingen visade att det varit positivt att samarbeta kring frågorna. Men också att det varit en utmaning med en gemensam kampanj eftersom det kräver tydlig kommunikation kring förväntningar på varandra och kampanjen, samt en tydlig samordning för kommunikationen.

För att utvärdera Klimatstegstävlingarna har ansvarig person på respektive arbetsplats redogjort för hur det gått och hur organisationen uppfattat konceptet. Detta

har gett värdefull feedback till kampanjen. Tävlignarnas deltagare har analyserats utifrån sin data i Svalna-appen samt fått chans att svara på en enkät kring upplevelsen av tävlingen och appen.

Den digitala kampanjen mot allmänheten har utvärderats med hjälp av data från Facebook och Google, för att få veta vilka målgrupper som nåtts. De som laddat ned och använt Svalna-appen har sedan analyserats utifrån data om deras konsumtionsbaserade utsläpp. För att utvärdera Svalna-användarnas upplevelse kring kampanjen och appen skickades en enkät ut till ett urval av användarna.



Slutsatser



- Deltagare i Klimatstegstävlingar har minskat sina klimatavtryck mer än de som använt Svalna-appen på egen hand.
- Det är framgångsrikt att engagera redan befintliga grupper. I dessa fall engagerar sig fler och i större grad.
- Sociala medier är ett kraftfullt verktyg för att nå invånare, om budskap och innehåll anpassas för att nå olika målgrupper.
- En gemensam kampanj mellan flera olika aktörer är en styrka, men kräver tydlig kommunikation kring förväntningar på varandra och projektet, samt en tydlig samordning av kommunikationen.
- Det är en styrka att kunna kommunicera med många organisationer bakom kampanjen, men samtidigt en utmaning med många loggor.



Väg framåt



Resultaten från kampanjen visar att det finns potential att minska klimatpåverkan genom att ge invånarna verktyg, stöd och motivation. För att ytterligare öka antalet deltagare och engagemang finns anledning att vidareutveckla de metoder och koncept som använts och tagits fram inom projektet.

Förbättra konceptet för Klimatstegstävlingar

Tävlingsdeltagandet skulle antagligen öka om det fanns fler aktiviteter och erbjudanden i samband med satsningen. Man skulle exempelvis kunna erbjuda en provperiod med gratis kollektivtrafik, låna ut cyklar, erbjuda en vegetarisk matlagingskurs eller ordna workshops kring konsumtionens klimatpåverkan. När individer erbjuds prova på nya vanor lockar tävlingen antagligen fler.

Delaktighet och engagemang i tävlingen skulle sannolikt gynnas av delutmaningar, där man kan vinna pris för olika prestationer. Delutmaningar skulle kunna vara; störst procentuella minskning, störst absoluta minskning, lägst klimatavtryck, störst besparing av att låta bilen stå eller störst procentuell förändring från inköp av nyproducerat till begagnat. Detta skulle antagligen bidra till att fler håller intresset uppe under tävlingsperioden, och fullföljer tävlingen.

Fler företag och organisationer skulle säkert få upp intresset för Klimatstegstävlingar om det även lanserades som en utmaning mellan företagen, där varje företags gemensamma

minskning av klimatavtrycket skulle kunna tävla mot andra företag i regionen. Då skulle företagen kunna utmana kunder och konkurrenter, få synas i ett sammanhang där de gör något bra för klimatet och dessutom ha chans att vinna en utmärkelse.

Vidareutveckla kampanj till allmänheten

Kampanjen i sociala medier nådde visserligen många, men målgruppen var väldigt homogen. Slutsatsen är att sociala medier är ett bra sätt att nå många men att budskap och innehåll behöver målgruppsanpassas. Då finns potential att nå ännu fler.

En hypotes är att invånarnas engagemang växer när de får möjlighet att säga vad de tycker, och påverka samhället och sitt närområde. Därför kan det vara framgångsrikt att i framtida liknande kampanjer öppna upp för en dialog med invånarna. Då får organisationerna bakom projektet bättre kontakt med invånarna, förståelse för deras behov och kan möta dem där de gör bäst nytta. Vilka arenor som väljs för sådana dialoger måste utredas. Det kan både vara via sociala medier men även event av olika slag. För event är erfarenheten att det oftast är mer framgångsrikt att haka på befintliga event än att skapa egna.



Rikta satsningar mot stadsdelar eller tätorter

Syftet med Klimatlätt har varit att skala upp tidigare projekt som riktat sig mot enstaka familjer och ett flerbostadshus. Ambitionen har varit att nå ut i hela Uppsala län. Men med begränsad tidsperioden och budget samt begränsade personalresurser har det varit svårt att nå ut till hela länet. Istället kan det vara en bra idé att först etablera konceptet i några pilotområden, dels för att utveckla en fungerande projektorganisation och dels för att sedan bygga vidare och skala upp lyckade koncept och metoder. Detta skulle kunna göras som riktade insatser mot företag, föreningar, skolor och grannskap i några enstaka stadsdelar och tätorter.

Ett projekt som Klimatlätt skulle då kunna vara paraplyet som samlar verktyg, erbjudanden, aktiviteter och tips för att minska klimatpåverkan. Satsningen skulle kunna kompletteras med en klimatstegstävling i det aktuella området, vilket skulle kunna uppmuntra lokala företag, föreningar eller grannskap att bilda lag och tävla mot andra lag i området. Det skulle vara intressant att samarbeta med andra aktörer för att bredda erbjudanden och möjligheter – både lokala aktörer och sådana som kan bidra med lösningar för en mer hållbar vardag.

Förhoppningen är att den lokala förankringen ska få igång engagemanget och kunna lyfta goda exempel. Det i sin tur leder förhoppningsvis till att nya områden får upp intresse för konceptet, vilket gör att det sprider sig som ringar på vattnet.



Initiativtagare och finansiärer till kampanjen Klimatlätt

CHALMERS

 **Energi- och
klimatrådgivarna**

Kommunal kostnadsfri rådgivning i Uppsala län



**GÖTEBORGS
UNIVERSITET**

 **Region Uppsala**

sensus

**Studie
främjandet**



SVALNA

Svenska kyrkan 
UPPSALA

 **UPPSALAHEM**

 **Uppsala
kommun**

Medfinansiär

ViableCitiesTM
Smart, sustainable and attractive.

Med stöd från

VINNOVA
Sveriges innovationsmyndighet

 **Energimyndigheten**

FORMAS 

**Strategiska
innovations-
program**

Viable Cities är ett strategiskt innovationsprogram inriktat på innovation för smarta och hållbara städer. Syftet är att snabba på omställningen till klimatneutrala och inkluderande städer till 2030 med digitalisering och medborgarengagemang som möjliggörare. Programmet får stöd i en gemensam satsning av Vinnova, Energimyndigheten och Formas. Viable Cities samordnas av KTH. Läs mer: viablecities.se